



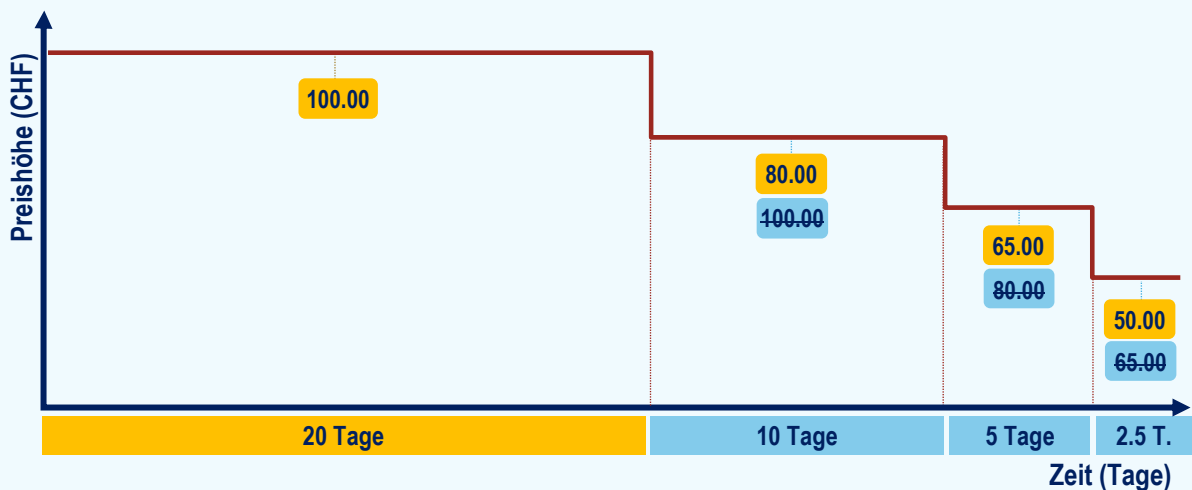
Informationsblatt Preisbekanntgabeverordnung (PBV; SR 942.211) – Selbstvergleich

1. Selbstvergleich nach der «Halbierungsregel» und «Zwei-Monats-Limitierung» (Art. 16 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1 i.V.m. Abs. 3 PBV)	1
2. Selbstvergleich ohne zeitliche Limitierung nach der «30-Tage-Regel»	2
2.1. Voraussetzungen des Selbstvergleichs ohne zeitliche Limitierung nach der «30-Tage Regel» - aufeinanderfolgende Preissenkungen (Art. 16 Abs. 1 Bst. a Ziff. 2 i.V.m. Abs. 3 PBV)	2
2.2. Mit zeitlichem Unterbruch (Art. 16 Abs. 1 Bst. a Ziff. 2 i.V.m. Abs. 3 ^{bis} PBV)	4
3. Pflicht zum Glaubhaftmachen (Art. 16 Abs. 2 in fine PBV)	5



1. Selbstvergleich nach der «Halbierungsregel» und «Zwei-Monats-Limitierung» nach Art. 16 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1 i.V.m. Abs. 3 PBV

- Neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis darf der Anbieter einen Vergleichspreis bekanntgeben, wenn er die Ware oder die Dienstleistung bis unmittelbar vor der Bekanntgabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises tatsächlich zum Vergleichspreis angeboten hat (=Selbstvergleich), d.h.
- Anbietende müssen den Vergleichspreis effektiv angeboten haben,
 - unmittelbar vor der Bekanntgabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises,
 - für die gleiche Ware oder Dienstleistung.
- Der Vergleichspreis gemäss Abs. 1 Bst. a Ziff. 1 darf nur halb so lange bekanntgegeben werden, wie er gehandelt wurde und höchstens zwei Monate lang, d.h.
- Der Vergleichszeitraum (= Zeitspanne, in welcher der tatsächlich zu bezahlende Preis + der Vergleichspreis angegeben wird) darf maximal halb so lang dauern wie die Zeitspanne (vorher), in welcher der Vergleichspreis effektiv angeboten wurde, und
 - darf maximal zwei Monate dauern. Selbst wenn der Händler also eine Ware z.B. 10 Monate lang zu einem bestimmten Preis angeboten hat, kann er diesen Preis nur für maximal 2 Monate als Vergleichspreis verwenden.



Detailpreis = tatsächlich zu bezahlender Preis in CHF, inkl. aller Steuern, Gebühren und nicht freiwilligen Zuschläge

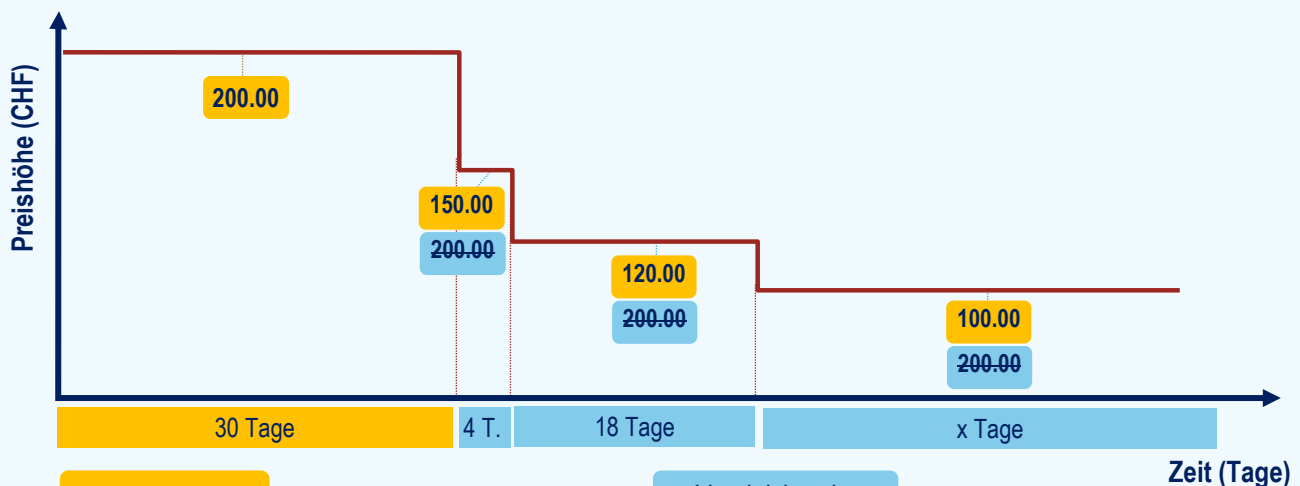
Vergleichspreis = Weiterer Preis, der neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis in CHF bekanntgegeben werden darf; Selbstvergleich = Vergleich mit dem eigenen, früheren Preis.

Ware X wird während 20 Tagen zu CHF 100.- angeboten.
Unmittelbar danach wird die Ware X während 10 Tagen zu CHF 80.- statt CHF 100.- angeboten.
Unmittelbar danach wird die Ware X während 5 Tagen zu CHF 65.- statt CHF 80.- angeboten.
Unmittelbar danach wird die Ware X während 2.5 Tagen zu CHF 50.- statt CHF 65.- angeboten.

2. Selbstvergleich ohne zeitliche Limitierung nach der «30-Tage-Regel»

2.1. Voraussetzungen des Selbstvergleichs ohne zeitliche Limitierung nach der «30-Tage-Regel» – aufeinanderfolgende Preissenkungen gemäss Art. 16 Abs. 1 Bst. a Ziff. 2 i.V.m. Abs. 3 PBV

- Neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis darf der Anbieter einen Vergleichspreis bekanntgeben, wenn er die Ware oder die Dienstleistung während mindestens 30 aufeinanderfolgender Tage tatsächlich zum Vergleichspreis angeboten hat (=Selbstvergleich), d.h.
- Anbietende müssen den Vergleichspreis effektiv angeboten haben,
 - für die gleiche Ware oder Dienstleistung,
 - während mindestens 30 aufeinanderfolgender Tage. Das bedeutet, dass der Preis mindestens 30 Tage lang nicht variieren darf, um anschliessend als Vergleichspreis verwendet werden zu können.
- Der Vergleichspreis gemäss Abs. 1 Bst. a Ziff. 2 darf zeitlich unbegrenzt bekanntgegeben und für alle nachträglichen, aufeinanderfolgenden Preissenkungen verwendet werden, d.h.
- Der Vergleichspreis kann dann ohne zeitliche Limitierung verwendet werden. Der Vergleichszeitraum (= Zeitspanne, in welcher der tatsächlich zu bezahlende Preis + der Vergleichspreis angegeben wird) ist also unbegrenzt.
 - Der Vergleichspreis kann für alle nachträglichen, aufeinanderfolgenden Preissenkungen angegeben werden.
 - Der Anbieter, der mehrere aufeinanderfolgende Preissenkungen anbietet, kann sich auf den Preis beziehen, der mindestens 30 aufeinanderfolgende Tage vor dem ersten Preisnachlass praktiziert wurde.
 - Der Vergleichspreis (ursprünglicher Preis) kann also bei mehrfachen Preissenkungen weiterhin verwendet werden, sofern eine kontinuierliche Preissenkung erfolgt und der Detailpreis somit mit jeder weiteren Vergleichspreisbekanntgabe sinkt.

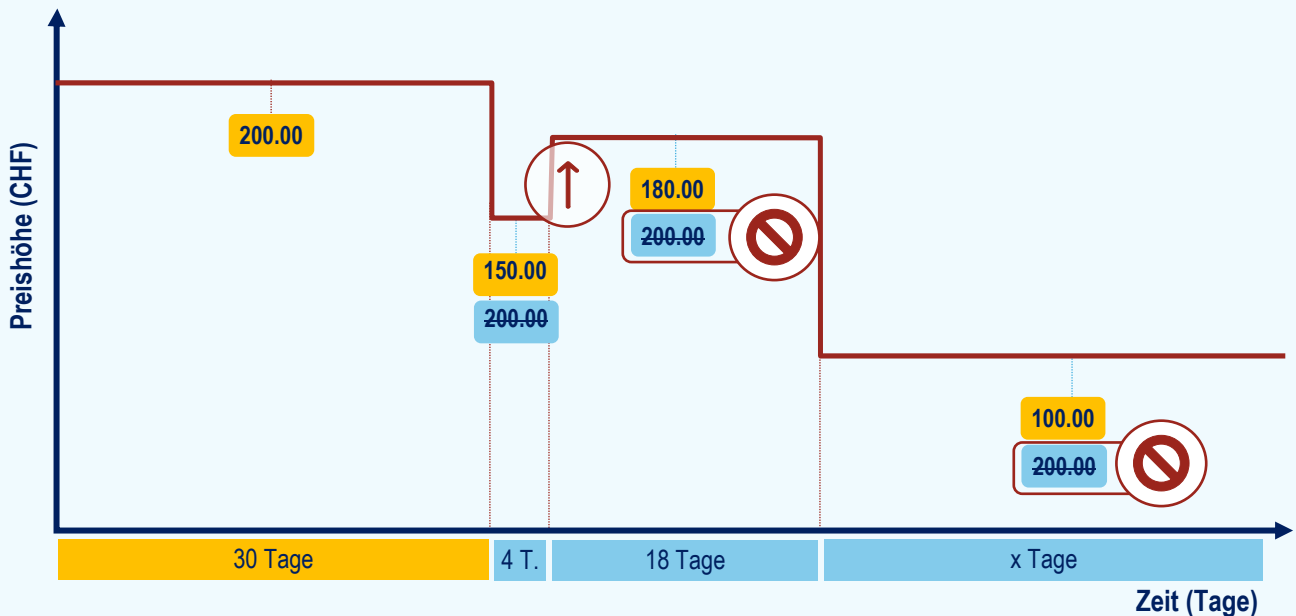


Detailpreis = tatsächlich zu bezahlender Preis in CHF, inkl. aller Steuern, Gebühren und nicht freiwilligen Zuschläge.

Vergleichspreis = Weiterer Preis, der neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis in CHF bekanntgegeben werden darf; Selbstvergleich = Vergleich mit dem eigenen, früheren Preis.

Ware Y wird während 30 aufeinanderfolgender Tage zu CHF 200.- angeboten. Danach wird die Ware Y zu CHF 150.- statt CHF 200.- angeboten (Selbstvergleich ohne zeitliche Limitierung möglich). Nach 4 Tagen wird Ware Y zu CHF 120.- statt CHF 200.- angeboten (Selbstvergleich ohne zeitliche Limitierung möglich). Nach 18 Tagen wird die Ware Y zu CHF 100.- statt CHF 200.- angeboten (Selbstvergleich ohne zeitliche Limitierung möglich).

Wenn der Anbieter seinen Preis nach einer anfänglichen Preissenkung wieder erhöhen möchte, muss er auf einen Preisvergleich verzichten. Wenn er anschliessend mindestens 30 Tage lang wieder einen bestimmten Preis anbietet, kann er einen erneuten Selbstvergleich mit diesem Preis durchführen



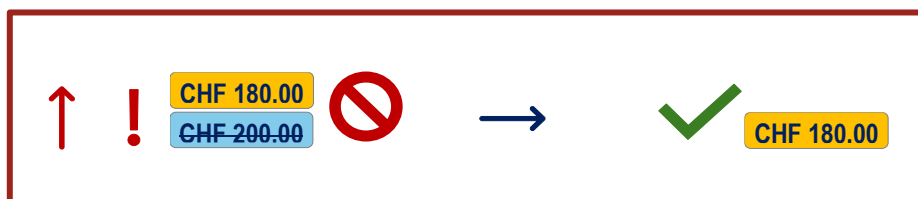
Detailpreis = tatsächlich zu bezahlender Preis in CHF, inkl. aller Steuern, Gebühren und nicht freiwilligen Zuschläge

Vergleichspreis = Weiterer Preis, der neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis in CHF bekanntgegeben werden darf; Selbstvergleich = Vergleich mit dem eigenen, früheren Preis.

Ware Y wird während 30 aufeinanderfolgender Tage zu CHF 200.- angeboten. Danach wird die Ware Y zu CHF 150.- statt CHF 200.- angeboten (Selbstvergleich ohne zeitliche Limitierung möglich).

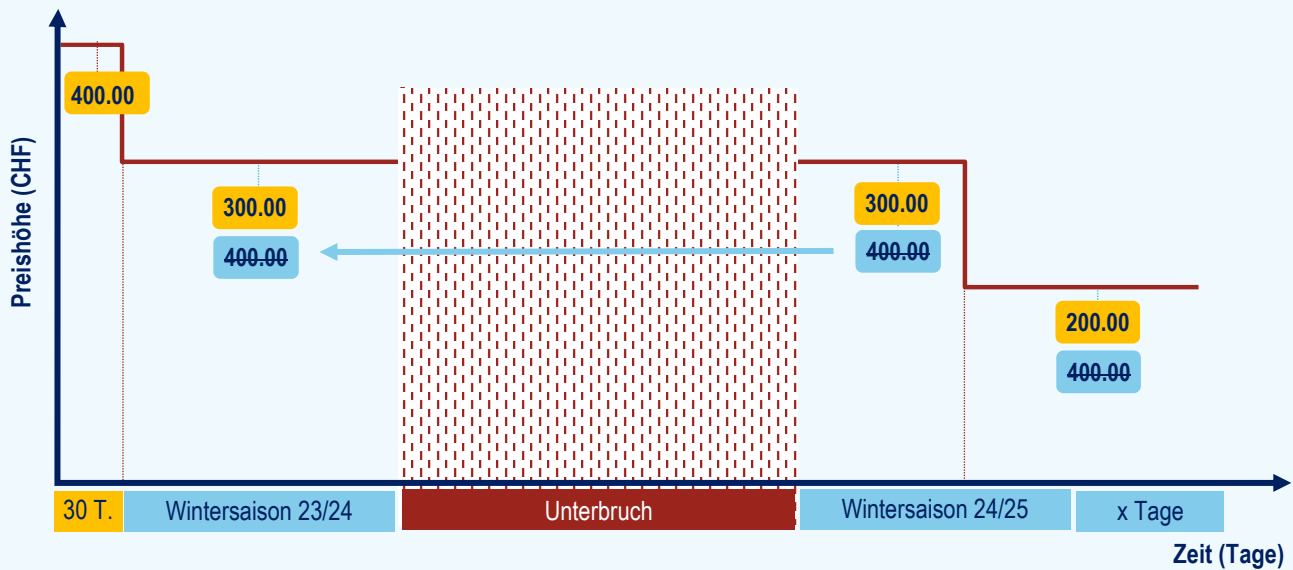
Unlauter: Nach 4 Tagen würde die Ware Y zu CHF 180.- statt CHF 200.- angeboten. Dies wäre unzulässig!

→ Möchte ein Anbieter die Ware Y für CHF 180 anbieten, dann darf er diese mit einem Detailpreis von CHF 180.- anbieten, aber darf keinen Vergleichspreis neben dem Detailpreis bekanntgeben.



2.2. Mit zeitlichem Unterbruch nach Art. 16 Abs. 1 Bst. a Ziff. 2 i.V.m. Abs. 3^{bis} PBV

- Falls der Anbieter die Ware oder die Dienstleistung temporär aus seinem Angebot entfernt und danach wieder anbietet, darf er weiterhin den letzten, vor der Entfernung verwendeten Vergleichspreis nach Abs. 1 Bst. a Ziff. 2 bekanntgeben.
- Wenn der Anbieter eine Ware unter Einhaltung der «30-Tage-Regel» zu einem reduzierten Preis anbietet und dieses Produkt dann vorübergehend aus seinem Sortiment nimmt, kann er beim erneuten Verkauf des Produkts weiterhin den Vergleichspreis verwenden, den er vor der Rücknahme des Produkts aus dem Sortiment angegeben hat.



Detailpreis = tatsächlich zu bezahlender Preis in CHF, inkl. aller Steuern, Gebühren und nicht freiwilligen Zuschläge

Vergleichspreis = Weiterer Preis, der neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis in CHF bekanntgegeben werden darf; Selbstvergleich = Vergleich mit dem eigenen, früheren Preis.

Ein Snowboard wird in der Wintersaison 2023/24 während 30 aufeinanderfolgenden Tagen zum Preis von CHF 400.- angeboten. Danach wird das Snowboard zu CHF 300.- statt CHF 400.- angeboten (ohne zeitliche Limitierung möglich). Ende März 2024 wird das Snowboard aus dem Angebot genommen und im Lager deponiert. In der darauffolgenden Wintersaison 2024/25 wird das Snowboard wieder aus dem Lager genommen und zum Verkauf angeboten. Der Anbieter darf den letzten zulässigen Vergleichspreis verwenden; also CHF 400.-.

3. Pflicht zum Glaubhaftmachen nach Art. 16 Abs. 2 in fine PBV

- Anbieter müssen auf Verlangen glaubhaft machen können, dass die Voraussetzungen für die Bekanntgabe von Vergleichspreisen (=Selbstvergleich, Einführungspreis und Konkurrenzvergleich) nach Art. 16 Abs. 2 PBV erfüllt sind.
- Der Händler muss in der Lage sein, auf Verlangen der kantonalen Vollzugsbehörde glaubhaft zu machen, dass die Voraussetzungen für den Selbstvergleich erfüllt sind.
 - Glaubhaft machen bedeutet nicht beweisen. Eine Erklärung gilt als glaubhaft, wenn die entscheidende Behörde nicht fest von ihrer Richtigkeit überzeugt ist, sie aber dennoch für wahr bzw. wahrscheinlich hält, wobei Zweifel zulässig sind. Als Nachweis zur Glaubhaftmachung können beispielsweise Verkaufsbelege, Lieferscheine, Prospekte und Kaufverträge dienen.